

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini menganalisis bagaimana perluasan merek yang dilakukan oleh perusahaan SAMSUNG dan LG yang memproduksi produk elektronik yang melakukan perluasan pada produk komunikasi. Penelitian ini menggunakan sampel konsumen yang mengetahui adanya produk SAMSUNG dan LG.

Metode survei yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan menyebarkan kuesioner yang sebelumnya responden diwawancarai secara singkat mengenai produk sebelum mengisi kuesioner. Responden yang layak dianalisis ada 116 responden. Penelitian dilakukan di Bandung, sedangkan penelitian ini diadopsi atau mengacu pada penelitian Laforet (2007) mengenai perluasan merek.

Metode analisis yang digunakan untuk menguji data dan instrumen adalah uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan metode analisis data yang digunakan uji asumsi diskriminan dan uji analisis diskriminan.

Dari pengujian hipotesis diperoleh kesimpulan bahwa tidak pada semua variabel, memberikan adanya perbedaan yang signifikan antar kelompok jenis konsumen. Setelah menentukan variabel dari kategori mana saja yang memiliki nilai yang signifikan maka selanjutnya akan masuk ke tahap berikutnya untuk pembuatan model diskriminan dimana model ini

berfungsi untuk meramalkan *case* masuk pada kelompok jenis mana, yang dibandingkan dengan Cut Off Score.

Jadi kesimpulan dari penelitian ini bahwa setiap merek memiliki diferensiasi hal ini dibuktikan oleh pengujian pada kategori yang sama namun persepsi konsumen berbeda.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini dapat memberikahn implikasi kepada perusahaan dalam strategi perusahaan khususnya mengenai perluasan merek yang dilakukan oleh perusahaan SAMSUNG dan LG. Dalam hal ini *brand trust* pada merek induk merupakan hal yang akan mendukung kesuksesan perluasan merek yang dilakukan oleh perluasan merek. Sebagai contoh perlu adanya sosialisasi dan juga konerja produk yang lebih meyakinkan untuk produk LG sehingga orang dapat mengenai dan mempercayai merek tersebut.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

- a) Penelitian ini hanya menggunakan analisis diskriminan saja belum diuji dengan *multiple anality* jika tidak normal maka perlu dilakukan uji *logistic regression*.
- b) Pada penelitian sebelumnya merupakan retail yang diperluas ke pelayanan jasa. Namun pada penelitian ini disesuaikan dengan lingkungan yang ada di Bandung.

#### 5.4 Saran

- Sebaiknya pada penelitian berikutnya pengujian *multiple anality* diujikan.
- Sebaiknya untuk penelitian pilih produk dan perluasan produk yang jelas perbedaannya seperti telekomunikasi pada asuransi. Atau salon yang melakukan perluasan pada industri makanan. Hal ini akan memudahkan responden untuk mengenali objek penelitian.